

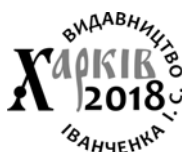
Міністерство освіти і науки України  
Харківський державний університет  
харчування та торгівлі  
Департамент освіти і науки  
Харківської обласної державної адміністрації  
Асоціація українських експертів  
Вільнюський університет (м. Вільнюс, Литва)  
Вітебський державний університет  
імені П.М. Машерова (м. Вітебськ, Республіка Білорусь)  
Житомирський національний технологічний університет  
Львівський торговельно-економічний університет  
Національна академія статистики, обліку та аудиту  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
Полоцький державний університет  
(м. Новополюцьк, Республіка Білорусь)  
Сопотська вища школа (м. Сопот, Польща)



## **ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

**Матеріали I Міжнародної  
науково-практичної конференції**

25-26 жовтня 2018 р.



**Організаційний комітет:**

**Голова комітету:** *О.І. Червеко*, д-р техн. наук, проф.

**Заст. голови:** *Л.М. Янчева*, канд. екон. наук, проф.; *В.М. Михайлов*, д-р техн. наук, проф.; *А.Л. Фоцан*, канд. техн. наук, доц.

**Члени оргкомітету:** *Т.М. Афоніна*, кер. відділу орг.-інформ. роботи; *В.В. Богатирьова*, д-р екон. наук, проф.; *С.Г. Вегера*, д-р екон. наук, проф.; *О.М. Жданович*, нач. видавництва; *О.А. Зоріна*, д-р екон. наук, проф.; *Л.Г. Картова*, дир. Деп. науки і освіти ХОДА; *Н.Б. Кацена*, канд. екон. наук, проф.; *А.С. Крутова*, д-р екон. наук, проф.; *Т. Мартинюк*, д-р наук, проф.; *А. Мачеринскене*, д-р наук, проф.; *Т.В. Мединська*, канд. екон. наук, доц.; *О.В. Олійник*, д-р екон. наук, проф.; *А.А. Пилипенко*, д-р екон. наук, проф.; *Л.І. Рубаненко*, през. АУЕ; *Т.О. Ставерська*, канд. екон. наук., доц.; *Р. Субачієне*, д-р наук, проф.; *Т.О. Тарасова*, д-р екон. наук, доц.; *О.В. Чумак*, канд. екон. наук., доц.; *А.В. Янчев*, д-р екон. наук, проф.

*Конференцію включено до переліку наукових конференцій з проблем вищої освіти і науки у 2018 році згідно листа Міністерства освіти і науки України від 03.10.2017 р. № 1/9-536.*

*Рекомендовано до видання вченою радою Харківського державного університету харчування та торгівлі, протокол № 14 від 06.04.2018 р.*

**Ф59 Фінансові механізми сталого розвитку України** : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 25-26 жовтня 2018 р. / редкол. : О. І. Червеко [та ін.] ; Харківський держ. ун-т харч. та торг. – Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2018. – 456 с.

ISBN 978-617-7675-28-9.

Збірник містить матеріали доповідей учасників І Міжнародної науково-практичної конференції «Фінансові механізми сталого розвитку України» (25-26 жовтня 2018 року, ХДУХТ, м. Харків), у яких розглядаються фінансово-кредитні важелі, обліково-аналітичне забезпечення, соціально-економічні та маркетингові аспекти сталого розвитку національної економіки і перспективи розвитку професійної компетентності фахівців фінансово-економічної сфери.

Матеріали друкуються в авторській редакції мовою оригіналу. Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

УДК 336.02(477)

## **МАРКЕТИНГ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Для реалізації ринково орієнтованих пріоритетів та досягнення стратегічних цілей розвитку в умовах нестабільності, неоднозначності і ризику необхідним є здійснення антикризового управління діяльністю торговельних підприємств на засадах маркетингу.

Під маркетинговим забезпеченням антикризового управління торговельним підприємством пропонуємо розуміти діяльність, спрямовану на розробку і реалізацію адекватних заходів профілактики та виходу підприємства з кризи, якій передують повномасштабні маркетингові дослідження кризової ситуації та обґрунтування методичного інструментарію пошуку шляхів її подолання задля відновлення і покращення параметрів ефективності господарської діяльності підприємства, отримання нових конкурентних переваг у нестабільному бізнес-середовищі та можливості сталого розвитку.

Маркетингові інструменти повинні реалізуватися у відповідності із конкретною антикризовою маркетинговою програмою. За необхідності на підставі антикризової маркетингової програми розробляється план реалізації антикризових заходів (внутрішній документ, що містить перелік конкретних заходів, які передбачається здійснити, терміни їх початку та закінчення, необхідні ресурси (кошти) та очікуваний результат реалізації, а також визначає відповідальну особу та виконавців). Розроблені антикризова маркетингова програма та план антикризових заходів: мають бути підпорядковані стратегічним інтересам підприємства; забезпечувати комплексне вирішення питань фінансового оздоровлення та відновлення працездатності підприємства; бути привабливими для зовнішніх інвесторів та забезпечувати залучення зовнішніх коштів, необхідних для їх здійснення; встановлювати цілі, які кількісно вимірюються та можуть контролюватися; містити рішення, що усувають існуючі проблеми і загрозу для функціонування підприємства; конкретизувати завдання в розрізі структурних підрозділів та функціональних служб підприємства; передбачати кількісні та якісні наслідки запропонованих заходів, можливі терміни їх отримання.

Розробка маркетингової програми є основою для формування та реалізації маркетингової стратегії антикризового управління діяльністю

торговельного підприємства. Ефективність маркетингової стратегії антикризового управління визначається дотриманням основних принципів її розробки, а саме: плановості; постійного контролю; швидкого реагування; цілеспрямованості; достовірності і повноти охоплення; прогнозованості; чіткості і послідовності; компетентності; орієнтованості (направленості); багатоваріантності; професіональності; максимізації результативності антикризових маркетингових заходів; оптимізації співвідношення дієвості антикризових заходів та ризику їх реалізації.

Стратегія маркетингу в антикризовому управлінні дає підставу для використання конкретних маркетингових інструментів, засобів і методів забезпечення умов для досягнення обсягу продажів і частки ринку, що сприяють підвищенню ефективності підприємства, конкурентоспроможності господарської діяльності підприємства, посиленню його фінансової стійкості тощо. Основними маркетинговими інструментами реалізації антикризової стратегії є:

- система ціноутворення у відповідності з фактичним і прогнозованим станом ринку;
- сегментація ринку і виділення найбільш маржинальних або додаткових сегментів споживачів;
- вдосконалення якості та інших факторів споживчої цінності послуг у відповідність із запитами цільових груп споживачів;
- оптимізація каналів і способів продажів;
- використання додаткових каналів просування, зокрема, інструментів малозатратного «партизанського» маркетингу тощо.

Дослідження проблемних аспектів маркетингової підтримки антикризового управління дозволило обґрунтувати теоретичний базис, методологію та напрями практичної реалізації концепції маркетингового забезпечення управління підприємством торгівлі в умовах кризи та розробити відповідну референтну модель, що слугуватиме базисом укріплення конкурентної позиції підприємства на ринку, виведення його з кризи та ліквідації її негативних наслідків.

Викладене доводить, що маркетингове забезпечення процесу управління відіграє важливу роль в організації ефективної взаємодії елементів системи антикризового управління торговельним підприємством із бізнес-середовищем. Розроблена референтна модель концепції формування маркетингового забезпечення дозволить підвищити ефективність процесу антикризового управління.

|  |     |
|--|-----|
| <b>Чміль Г.Л.</b><br>Маркетинг в антикризовому управлінні підприємством  | 395 |
| <b>Шевчук І. Л.</b><br>Світові тенденції пенсійного реформування та українські реалії                            | 397 |
| <b>Шульженко І.В., Алієва В.А.</b><br>Особливості профілактики та попередження трудових конфліктів в організації | 400 |
| <b>Шульженко І.В., Остапенко С.Ю.</b><br>Роль керівника в процесі реалізації управлінських рішень у підприємстві | 402 |
| <b>Шульженко І.В., Симоненко В.А.</b><br>Особливості прийняття управлінських рішень в сучасних умовах            | 404 |
| <b>Якименко-Терещенко Н.В., Чикота К.В.</b><br>Оцінювання інтелектуального капіталу підприємства                 | 407 |

#### **Секція 4 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ**

|  |     |
|--|-----|
| <b>Барчак Т.П.</b><br>Фактори впливу на професійні ризики бухгалтера   | 409 |
| <b>Бігдан І.А.</b><br>Професійні компетенції майбутніх фінансистів через призму вимог роботодавця                          | 411 |
| <b>Біліченко С.П.</b><br>Основні аспекти інноваційного розвитку освіти України   | 414 |
| <b>Гарват О.А.</b><br>Управління розвитком персоналу банківських установ   | 417 |
| <b>Копотієнко Т.Ю., Петрина І.В.</b><br>Сертифікація аудиторів як напрямок удосконалення аудиторської діяльності в Україні | 420 |
| <b>Кулініч О.А.</b><br>Тенденції у системі вищої освіти України  | 422 |

Наукове видання

# **ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

**Матеріали I Міжнародної науково-практичної  
конференції**

25-26 жовтня 2018 р.

Видано в авторській редакції

Відповідальні за випуск: Т.О. Ставерська,  
Н.Б. Кащена  
Комп'ютерна верстка: Т.О. Ставерська,  
Н.Б. Кащена

План 2018 р. поз. 6

Підп. до друку 18.10.18 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсет. Друк цифровий  
Ум.друк. арк. 26,5. Тираж 150 прим. Зам.18-10.

---

**Видавництво та друк  
ФОП Іванченко І.С.**

пр. Тракторобудівників, 89-а/62, м. Харків, 61135  
тел.: +38 (050/093) 40-243-50.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,  
виготівників та розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 4388 від 15.08.2012 р.

[www.monograf.com.ua](http://www.monograf.com.ua)